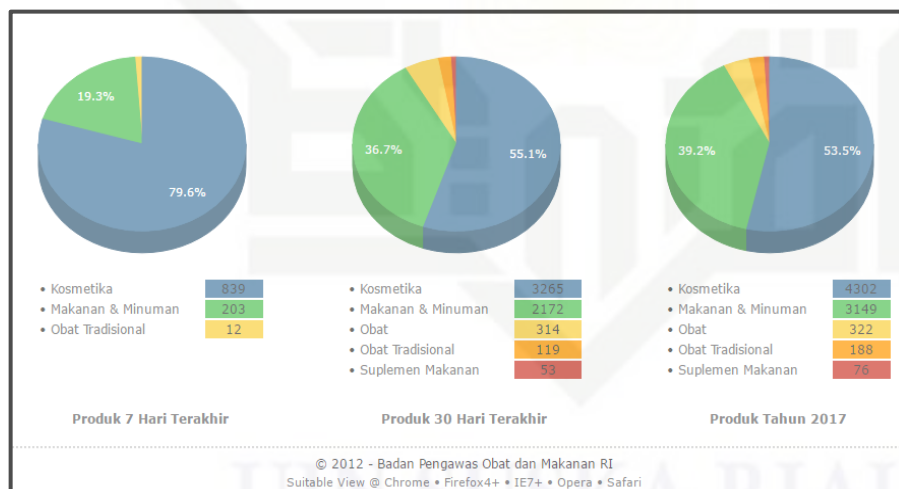


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Naufal (2014) kebutuhan adalah suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu. Manusia memiliki banyak kebutuhan untuk menjaga keberlangsungan hidupnya. Keinginan manusia menjadikan setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda. Hasil penelitian Utami (2013) kebutuhan sesuai dengan klasifikasi dan menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan kebutuhan setiap manusia.

Kosmetik merupakan salah satu produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan mendasar bagi wanita maupun pria. Hal ini membuktikan bahwa betapa pentingnya kebutuhan kosmetik tersebut, namun dalam memilih produk kosmetik sesungguhnya memiliki resiko pemakaian yang perlu diperhatikan mengingat kandungan bahan-bahan kimia tidak selalu memberi efek yang sama untuk setiap konsumen. Konsumen harus selektif dalam memilih merek kosmetik yang sesuai dengan kebutuhannya (Naufal, 2014).



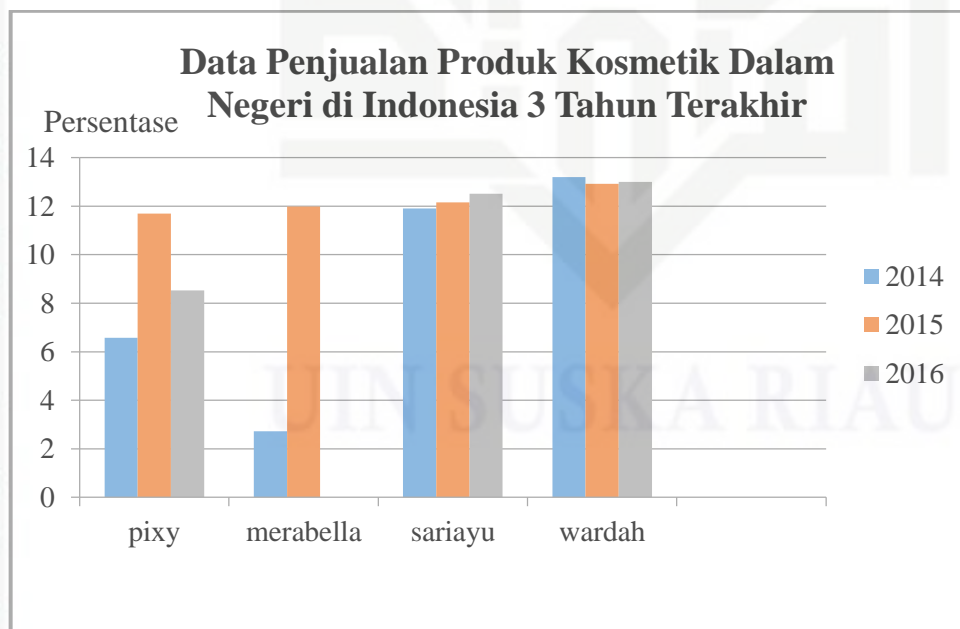
Gambar 1.1 Statistik Produk Yang Dapat Persetujuan Edar
(Sumber: <http://cekbpom.pom.go.id/>, 2017)

Gambar 1.1 diketahui persetujuan produk perkembangan izin edar kosmetik selalu mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa pada saat ini perkembangan industri kosmetik Indonesia tergolong solid. Perusahaan-perusahaan kosmetik diharapkan mempunyai strategi-strategi untuk dapat menarik

konsumen dengan keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Penelitian Nuraini (2015) mengungkapkan salah satu faktor yang mendorong konsumen untuk membeli barang adalah *brand* (merek) dari produk itu sendiri.

Kebutuhan untuk tampil cantik menyebabkan wanita melakukan berbagai cara yang pada akhirnya merugikan diri sendiri. Konsumen wanita harus lebih teliti dalam memilih kosmetik selain alasan kesehatan, alasan ketakwaan juga menjadi kebutuhan bagi konsumen wanita Islam. Kosmetik halal menjadi jawaban bagi wanita Islam yang ingin tampil cantik namun tidak melanggar ajaran agama. Halal adalah sebutan bagi benda atau perbuatan yang sesuai dengan ajaran agama Islam (Utami, 2013).

PT. Paragon Technology Innovation adalah salah satu perusahaan yang memproduksi kosmetik. Produknya diproduksi dalam tiga merek, yaitu Puteri, Zahra dan Wardah. Dalam penelitian ini digunakan studi kasus dengan merek Wardah. Wardah merupakan produk kosmetik yang terkenal dengan sertifikat label halal. Oleh karena itu kini Wardah tumbuh menjadi produk kosmetik halal yang berkembang dengan pesat.



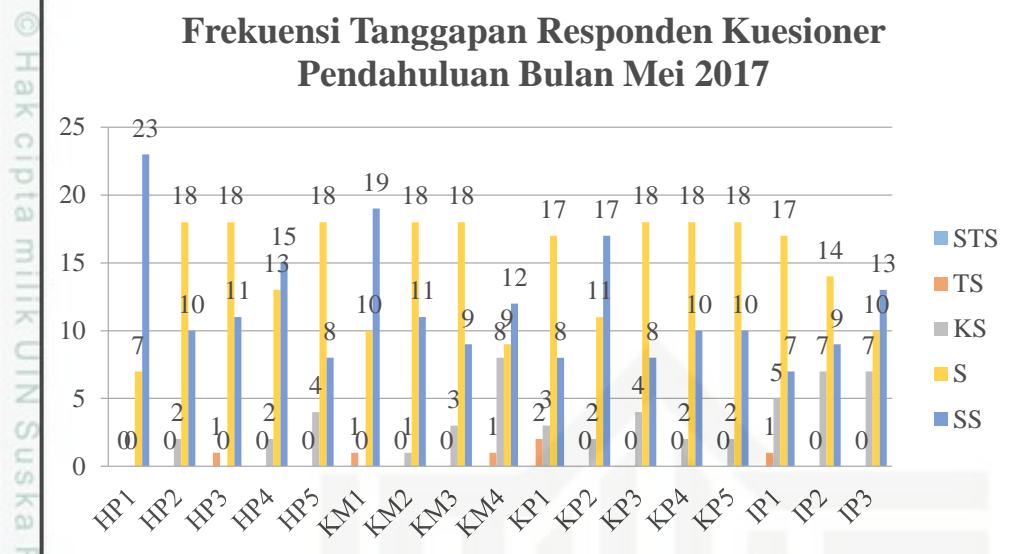
Gambar 1.2 Data Penjualan Kosmetik di Indonesia 3 Tahun Terakhir
(Sumber: <http://www.topbrand-award.com>, 2017)

Gambar 1.2 merupakan penjualan dari beberapa produk kosmetik mengalami kenaikan dan penurunan penjualan selama 3 tahun terakhir. Dari grafik diatas terdapat macam-macam jenis kosmetik yaitu produk produk dalam negeri. Adapun produk kosmetik dalam negeri yaitu Pixy, Mirabella, Sariayu dan Wardah. Pada tahun 2014 produk dalam negeri penjualan kosmetik merek Wardah lebih unggul dibandingkan kosmetik merek lain yaitu Pixy, Mirabella, dan Sariayu.

Pada tahun 2015 kosmetik merek Wardah tetap unggul dengan produk lainnya namun pada tahun ini produk kosmetik Wardah mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2015 ini dapat dilihat bahwa penjualan produk Pixy, Mirabella dan Sariayu mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Hal ini terlihat bahwa pada tahun 2015 terjadi saingan yang cukup ketat dalam penjualan kosmetik antara produk kosmetik Wardah, Pixy, Mirabella dan Sariayu.

Pada tahun 2016 kosmetik merek Pixy mengalami penurunan dari tahun sebelumnya bahkan pada kosmetik merek Mirabella tidak ada penjualan sama sekali di tahun 2016. Kemudian kosmetik merek Sariayu penjualan konstan dari tahun sebelumnya dan kosmetik merek Wardah mengalami peningkatan kembali dari tahun sebelumnya.

Tujuan dari penjelasan grafik tersebut yaitu membandingkan antara produk kosmetik dalam negeri yang mencantumkan label halal dengan kosmetik yang tidak mencantumkan label halal. Salah satu produk kosmetik yang memiliki sertifikasi label halal yaitu Wardah. Dari hasil grafik menunjukan bahwa tingkat penjualan produk Wardah meningkat dibandingkan produk dalam negeri yaitu Pixy, Mirabella dan Sariayu. Hal ini membuktikan bahwa produk Wardah yang sudah memiliki label halal menjadi unggul dibandingkan produk kosmetik terdahulu yang tidak memiliki label halal.



Gambar 1.3 Hasil Kuesioner Pendahuluan

Gambar 1.3 merupakan hasil pengolahan data kuesioner pendahuluan menggunakan 4 indikator yaitu HP (harga produk), KM (keputusan membeli), KP (kepuasan pelanggan) dan IP (inovasi produk) dengan jumlah 30 responden menggunakan *software* SPSS. Nilai tertinggi pada grafik tersebut berasal dari skor nilai sangat setuju yaitu bernilai 23 dan 19. Dimana pada nilai 23 ini merupakan pernyataan dari indikator harga produk (pernyataan 1) dan nilai 19 merupakan pernyataan dari indikator keputusan membeli (pernyataan 1). Pernyataan 1 dari indikator harga produk yaitu variansi harga produk kosmetik Wardah menjamin akan kualitas produk dan pernyataan 1 dari indikator keputusan membeli adalah keputusan membeli produk Wardah dikarenakan sudah berlabel halal. Hal ini membuktikan bahwa konsumen membeli produk Wardah dikarenakan sertifikasi label halal pada produk Wardah dan harga produk menjamin akan kualitas produk.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengangkat studi kasus tentang kinerja produk kosmetik berlabel halal untuk melihat apakah pencantuman label halal berpengaruh atau tidak dengan tingkat penjualan kosmetik.

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan metode analisis *multivariat* yang digunakan untuk menggambarkan keterkaitan hubungan linier secara simultan antara variabel pengamatan (indikator) dan variabel yang tidak

dapat diukur secara langsung (variabel laten) (Rahman, 2016). Maka dari itu, untuk melihat keterkaitan hubungan antara label halal dan *brand image* diperlukan bantuan dari metode ini, karena dalam metode ini dapat dilihat hubungan antara indikator-indikator yang ada secara menyeluruh dan terperinci.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana Mengukur Kinerja Label Halal Terhadap *Brand Image* Produk Kosmetik Wardah dengan Menggunakan Metode *Structural Equation Modeling* (SEM)”?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui indikator label halal yang berkaitan dengan *brand image* produk kosmetik Wardah.
2. Untuk mengukur kinerja label halal terhadap *brand image* produk kosmetik Wardah dengan menggunakan *software* AMOS versi 20.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti
Sebagai sarana untuk menerapkan dan memadukan pengetahuan yang diperoleh dengan praktek sesungguhnya dan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Sains dan Teknologi Jurusan Teknik Industri.
2. Bagi Perusahaan
Dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi pengelola mengenai hal-hal yang harus diperbaiki dalam mengukur kinerja label halal yang mempengaruhi *brand image* produk kosmetik Wardah.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Studi kasus label halal produk kosmetik Wardah.
2. *Software* yang digunakan yaitu AMOS versi 20.

3. Data penduduk Kecamatan Tampan kota Pekanbaru tahun 2014.
4. Data pendahuluan Bulan Mei 2017

1.6 Posisi Penelitian

Adapun posisi penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Posisi Penelitian

Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Metode	Hasil
Wahyu Budi Utami	Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-nisa Yogyakarta)	2013	Metode Survey Eksplanatif	Label halal mempunyai hubungan terhadap keputusan membeli.
M. Faris Naufal	Analisis Pengaruh <i>Brand Awareness</i> , Norma Subyektif, Keyakinan Label Halal Terhadap <i>Brand Attitude</i> Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Kosmetik Merek Wardah	2014	Pendekatan Korelatif	Norma subyektif, dan keyakinan tentang label halal berpengaruh positif terhadap <i>brand attitude</i> dan <i>brand attitude</i> berpengaruh terhadap minat beli ulang. Sedangkan <i>brand awareness</i> tidak berpengaruh terhadap <i>brand attitude</i> .
Alfiyah Nuraini	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang	2015	Deskriptif persentif persentase dan <i>path analysis</i>	<i>Celebrity Endorser</i> berpengaruh signifikan terhadap citra merek kosmetik Wardah. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap citra merek kosmetik Wardah.
Kusnandar	Pengaruh Citra Merek Dan Kesadaran Label Halal Produk Kosmetik La Tulipe Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Ulang Di Kota Banyuwangi	2015	<i>Structural Equation Modelling</i>	Pengaruh citra merek dan kesadaran label halal berpengaruh signifikan terhadap minat membeli ulang produk kosmetik La Tulipe

Tabel 1.1 Posisi Penelitian (Lanjutan)

Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Metode	Hasil
Luqman Iqbal Al Mubarak	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Konsumen (Studi kasus Pada Konsumen Wardah <i>Cosmetics</i> di Wardah <i>Beauty House</i> Yogyakarta)	2015	Regresi berganda	Variabel kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
Lusiana Ritia	Pengukuran Kinerja Pada <i>Brand Image</i> Menggunakan Metode <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) (Studi Kasus : Label Halal Pada Kosmetik Wardah)	2017	<i>Structural Equation Modelling</i>	Label halal berpengaruh signifikan terhadap <i>brand image</i> pada produk Wardah.

1.7 Sistematika Penulisan

Penyusunan laporan penelitian ini mengikuti sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan laporan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menerangkan tentang teori-teori yang mendukung dalam pengumpulan dan pengolahan data khususnya mengenai *Structural Equation Model*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang studi literatur yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik analisa data dan langkah-langkah pengerjaan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisikan tentang objek penelitian, pengumpulan data-data yang relevan yang akan diolah dan pengolahan data dari data-data yang telah didapat dari objek penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V ANALISA

Bab ini berisikan tentang analisa dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah didapatkan berdasarkan tujuan dari penelitian serta saran yang diberikan kepada perusahaan.

